

MEDIA & MARKET REPORT

2025. 02

- MEDIA
- MARKET

CONSUMER



01

MARKET ISSUE

시성비 콘텐츠, 숏폼 드라마 인기
뷰티업계, 차별화된 고객 경험으로 경쟁력 강화
화제성, 팬덤을 활용한 IP 협업 마케팅 활발

시성비 콘텐츠, 숏폼 드라마 인기

최근 숏폼 콘텐츠가 대세로 자리 잡은 가운데 인스타그램, 틱톡 등 SNS 외 숏폼 드라마만 전문적으로 제공하는 숏폼 드라마 플랫폼이 등장
핵심 내용만 직관적으로 압축한 콘텐츠로 시청자가 긴 시간을 할애하거나 고도의 집중력을 발휘할 필요가 없어 시성비 콘텐츠로 인기
숏폼 드라마는 적은 제작 예산과 빠른 투자금 회수로 콘텐츠 시장의 새로운 블루오션으로 부상, 플랫폼의 다양화와 함께 더욱 성장할 것으로 전망

숏폼 드라마 플랫폼 출시 사례

폭스미디어



탑릴스

국내 최초의 숏폼 드라마 플랫폼으로 탑릴스의
오리지널 숏폼 드라마와 중국 숏폼 드라마 시청 가능
광고 시청 시 모든 회차를 무료로 볼 수 있는 콘텐츠 별도 제공

스푼랩스



비글루

글로벌 오디오 플랫폼 스푼랩스가 론칭한 숏폼 드라마 플랫폼
영어, 일본어, 중국어, 태국어, 스페인어, 인도네시아어 등
7개국의 언어 지원으로 해외 권역에 동시 출시 가능

왓차



숏차

OTT 업계 최초로 왓차가 '막힘없는 스토리 질주'라는 브랜드
슬로건으로 회당 1분짜리 숏폼 드라마 전문 플랫폼 출시
한국, 중국, 일본, 미국 등 다국적 콘텐츠 라인업이 특징

뷰티업계, 차별화된 고객 경험으로 경쟁력 강화

국내 뷰티업계의 경쟁이 더욱 치열해지고 있는 가운데 업계는 고객 경험 마케팅으로 승부수를 띄우는 중
제품의 성능, 기능적 차별화에는 한계가 존재하기 때문에 오프라인 고객 접점에서 만족스러운 경험을 선사해 경쟁력을 강화하겠다는 전략
이색 경험을 선호하는 MZ세대들이 직접 보고, 듣고, 만지며 생성한 자연스러운 바이럴이 매출 증대에 기여할 것으로 기대

뷰티업계 고객 경험 마케팅 사례

웰니스



올리브영

화장품 위주였던 기존 매장과 달리 올리브영N 성수에는 건강기능식품, 이너웨어 등 웰니스 카테고리 대폭 강화
올리브영 매장 최초로 속옷을 직접 입어볼 수 있는 피팅룸 마련

AI



아모레퍼시픽

아모레 성수에 AI가 고객에게 어울리는 제형과 색상을 추천
고객이 취향에 따라 원하는 옵션을 선택해 맞춤형 립 제품을
제조하는 '센슈얼 립 커스텀 매치 서비스'를 론칭

어워즈



무신사 뷰티

고객과 함께 즐길 수 있는 '연말 뷰티 축제' 콘셉트로 어워즈 개최
성수와 홍대에서 진행한 뷰티 어워즈에 12만 명이 방문
스쿱에 담은 만큼 화장품을 증정하는 '스쿱 이벤트' 진행

화제성, 팬덤을 활용한 IP 협업 마케팅 활발

전통적인 일방향 홍보 방식에 비해 높은 화제성과 팬덤을 통해 매출 증대와 인지도 확보까지 용이한 지식재산권(IP) 협업 마케팅이 활발
최근 넷플릭스의 인기 오리지널 콘텐츠 '오징어게임' 시즌2 공개와 동시에 식품, 유통, IT업계까지 소비자의 공감을 불러일으킬 IP 협업에 열중
캐릭터, 세계관을 경험할 수 있는 IP 협업 마케팅을 통해 브랜드가 추구하는 메시지 전달로 브랜드 홍보의 시너지 효과를 얻을 수 있을 것으로 기대

오징어게임 시즌2로 보는 IP 협업 마케팅 사례

콜라보 제품



CJ제일제당

글로벌 14개국의 현지 소비자 니즈에 맞추어 국가별로 구성을 차별화 한 '비비고X오징어게임2 스페셜 에디션' 출시
비비고와 오징어게임 두 세계관을 넘나드는 캠페인 영상 제작

체험 콘텐츠



신세계백화점

오징어게임의 세계관을 반영한 세트장에 초록색 트레이닝복과 참가자 등록 포토부스 등 실감 나게 즐길 수 있는 체험 콘텐츠로
고객 유입, 의류·잡화디저트 등 300여 개의 굿즈 판매

이모티콘/ 게임



카카오

카카오의 춘식이 캐릭터와 협업한 이모티콘을 출시하고,
카카오톡 선물하기, 핑, 톡 채널 등 다양한 서비스와 기능을
활용한 게임형 콘텐츠를 순차적으로 선보일 예정



02

MEDIA ISSUE

치지직 vs SOOP, 콘텐츠 경쟁 치열
틱톡, '메시지 광고' 한국 출시

치지직 vs SOOP, 콘텐츠 경쟁 치열

네이버 온라인 스트리밍 플랫폼 '치지직'이 출시 1년여 만에 SOOP과 대등한 이용자 수 확보할 만큼 급 성장
 지난해는 대형 스트리머를 확보하는데 집중했다면, 올해는 e스포츠, 버추얼 스트리밍 등 콘텐츠 확보에 주력하며 시장 파이를 늘려 나갈 것으로 분석
 치지직은 1년간 서비스 안정화를 마쳤고, SOOP은 리브랜딩을 통해 글로벌 진출을 꾀하고 있어 양사 경쟁 구도는 더욱 치열해질 것으로 전망

치지직 vs SOOP 콘텐츠 확보 전략 비교

	vs	
자체 대회 개최 리그 형식의 자체 e스포츠 대회 개최로 타 플랫폼으로의 스트리머 유출 방지 프로그래머들을 치지직 스트리머로 유입해 플랫폼 인지도 제고	e스포츠	콘텐츠 다양화 풋살, 비보잉, 바둑까지 무료 e스포츠로 콘텐츠 확대 세계 최초 7인제 국제 축구 대회 '킹스 월드컵 2025' 한국어 생중계 단독 송출 예정
기술 지원 스튜디오 구축 버추얼 스트리머를 대상으로 3D 콘텐츠 촬영 시 실시간으로 시각 요소를 결합, 조작할 수 있는 전문 기술을 지원하는 스튜디오인 '모션스테이지' 구축 예정	버추얼 스트리밍	팬덤 커뮤니티 구축 버추얼 스트리머와 이용자들이 직접 참여해 자유롭게 합동 방송을 진행하며 함께 콘텐츠를 만들어 갈 수 있는 커뮤니티 구축으로 팬덤 생태계 조성 예정

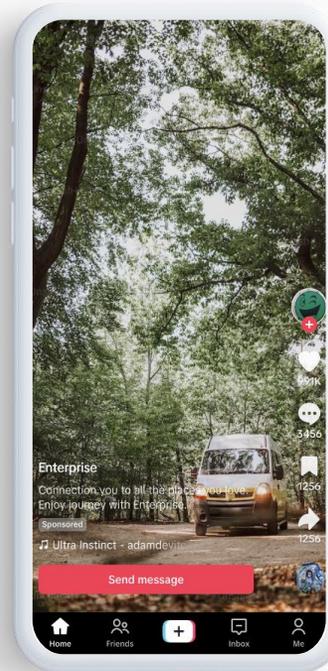
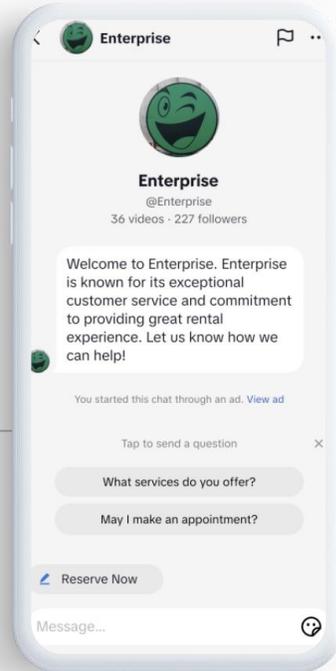
틱톡, ‘메시지 광고’ 한국 출시

틱톡이 다이렉트 메시지 및 인스턴트 메시지를 통해 광고주가 고객에게 메시지를 보내고 대화할 수 있는 ‘메시지 광고’를 한국에 출시
틱톡 비즈니스 계정으로 캠페인 목표에 따른 리드를 생성한 후 고객 메시지에 응답할 수 있는 요일, 시간을 선택하여 고객과 채팅 가능
양방향 커뮤니케이션으로 구매 가능성이 높은 잠재 고객과 신속히 연결될 수 있는 새로운 고객 접점이 형성될 수 있을 것으로 기대

‘메시지 광고’ 주요 내용

Direct Messages Ads

틱톡 앱 내에서 직접 발송하는 다이렉트 메시징
기능으로 틱톡 앱을 벗어나지 않고 채팅 가능



Instant Messaging Ads

틱톡 내 광고를 API 연동을 통해 페이스북,
왓츠앱 등 타사 메시지 앱으로 발송 후 채팅 가능

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품		<ul style="list-style-type: none"> LoL LCK컵 생중계 패키지 출시(1/8~): 치지직 공식중계 전광고 및 코스트리밍 중계 전광고 + e스포츠 생중계 전광고 + e스포츠 VOD 전광고에 노출되는 패키지 상품 출시
	네이버 NOSP	<ul style="list-style-type: none"> 프로배구 정규리그 4라운드(1/4~1/30) 생중계 패키지 상품 출시(24/12/30~): 프로배구 생중계 전광고, 중간광고 내 노출 가능한 생중계 패키지 상품 출시/ 선착순 1구좌 대상, 1구좌 무상 제공 포토 뷰어 DA 상품 출시(24/12/23~): 모바일 네이버 자동차 검색 화면 내 포토 뷰어에 신규 노출되는 상품으로, 자동차를 검색한 유저에게 집중적인 노출 가능
	SMR	<ul style="list-style-type: none"> 2025년 설 특판 출시(01/24~02/02): 설특집 프로그램, 연말 시상식 및 인기 프로그램 등으로 구성된 2,000만원 패키지 출시/ 2구좌 구매 시 5%, 3구좌 이상 구매 시 10% 서비스 제공
	카카오	<ul style="list-style-type: none"> 비즈보드 새로운 소재 타입 “좌측 이미지형” 적용 가능(24/12/19) : 기존 ‘우측 이미지형’과 새로운 ‘좌측 이미지형’ 모두 사용 가능, ‘좌측 이미지형’은 PSD 템플릿으로만 제작 가능
		<ul style="list-style-type: none"> Daum App 개편 예정(25년 1월 중순) : 다음앱 8.0 개편으로 인한 광고 영역 일부 변경 - 하단탭 4개 신설, 디폴트탭 내 쇼핑박스 미노출 예정

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	핑크다이아리	<ul style="list-style-type: none"> • 1Q 프로모션 <ul style="list-style-type: none"> : 메인팝업 1일 집행 시, 1일 무상 제공 : 지면 서비스율 20% 추가 제공 : 올리브영 입점사/ 랜딩 페이지를 올리브영으로 진행하는 광고주/ 올리브영 광고주 대상 제안 미디어믹스 내 '예상 클릭 수' 보장
	티맵	<ul style="list-style-type: none"> • 1~4월 프로모션 <ul style="list-style-type: none"> : 신규 광고주 대상, 월 1,000만원 이상 집행 시, 5% 추가 수수료 지급 : 기존 광고주 대상, 월 1,000만원 이상 집행 시, 3% 추가 수수료 지급
	카카오뱅크	<ul style="list-style-type: none"> • 1Q 프로모션: 스플래시 2일 집행 시, 1일 무상 제공
	왓차/왓차피디아	<ul style="list-style-type: none"> • 1Q 프로모션 <ul style="list-style-type: none"> : 전면 팝업 배너/ 스플래시/ 빅배너 동시 집행 시, 집행 일수만큼 무상 집행 일수 제공 : 보드배너 상품 60% 단가할인 제공 : 게임/ 공연 업종 대상, 50% 단가할인 제공
	에이블리	<ul style="list-style-type: none"> • 1Q 프로모션 <ul style="list-style-type: none"> : 스플래시 배너 스타트 패키지 첫 집행 시, 70% 할인 제공 : 첫 집행 시, 최소집행금액 300만원 집행 가능 (* 기존 최소집행금액 : 500만원) : 공시단가 대비, 최대 40% 단가할인 제공(* 각 상품별 단가 상이) : 첫 집행 시, 유상 집행 상품 및 집행 일수만큼 무상 집행 일수 제공 : 1분기 내 집행 시, 10% 추가 수수료 지급 (기존 수수료율 : 20%)
	CJONE	<ul style="list-style-type: none"> • 1Q 프로모션 <ul style="list-style-type: none"> : 커머스&패션 업종 대상, DM상품 20% 추가 발송 / DA-ONE 베네티 CPM 단가 25% 할인 제공 / 포인트 패키지 1구좌 50% 단가할인 제공 : 원픽컬처 패키지 50% 단가할인 제공 및 스플래시 or 전면팝업 1일 집행 시, 1일 무상 제공
	관다	<ul style="list-style-type: none"> • 1~2월 프로모션 <ul style="list-style-type: none"> : 문제검색 상품 집행 시, 노출 서비스율 40% 추가 제공 : 1,000만원 이상 집행 시, 스플래시 or 흠이어로 배너 중 1종 선택하여 1주 무상 제공

03

NEW MEDIA

디스코
비스테이지
포커스미디어

신규 매체 **디스코**

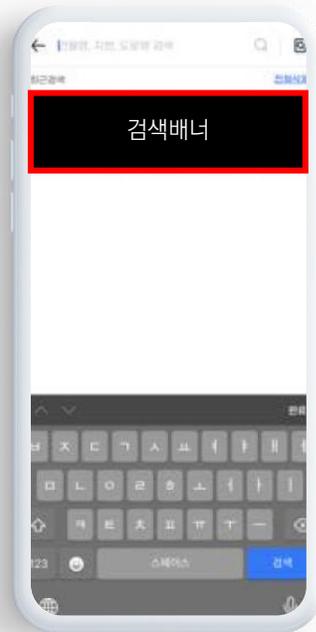
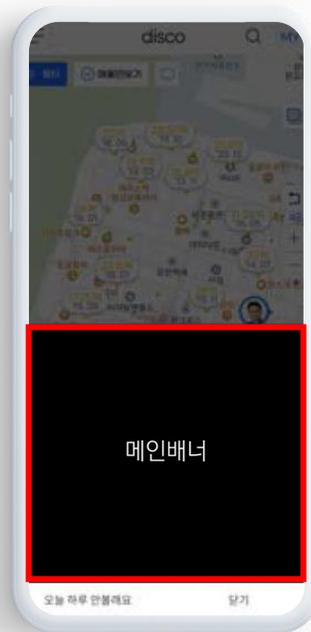
실거래가, 경매, 토지 건물 데이터를 제공하는 부동산 투자/거래 플랫폼

부동산에 관심 많은 투자자와 공인중개사가 많이 이용하는 서비스로 4060세대 남성 자산가 타겟에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPT	MAU 50만

배너 광고 상품

앱 접속/검색/매물 정보 확인/등기 열람 시 노출되는 배너
높은 주목도로 브랜드 인지도 확보 가능



신규 매체

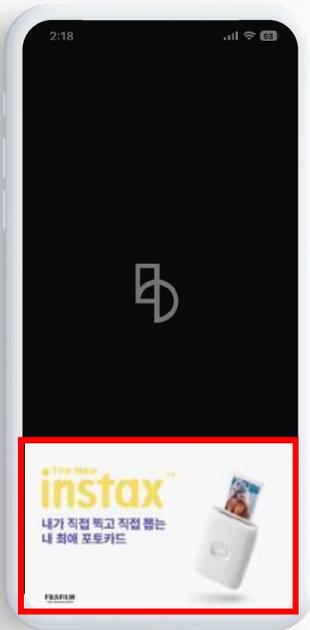
비스테이지

KPOP, e스포츠, 배우 등 국내외 팬들에게 콘텐츠, 커머스, 커뮤니티 등 팬덤 경험을 제공하는 팬덤 통합 플랫폼
1030세대 뚜렷한 관심사를 가진 유저들로 엔터테인먼트, 라이프스타일, 교육 카테고리 캠페인 집행에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPP	MAU 300만+

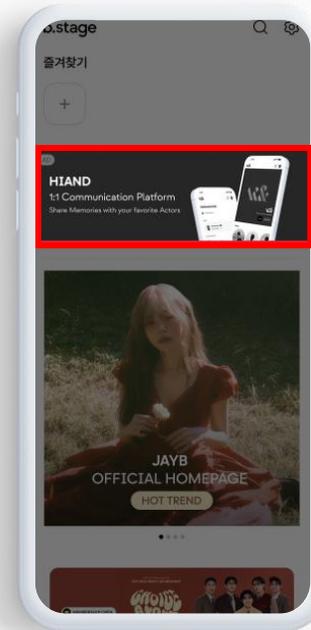
스플래시 배너

앱 실행 시 메인 홈에 전면 노출되는 배너
브랜딩 및 홍보에 효과적



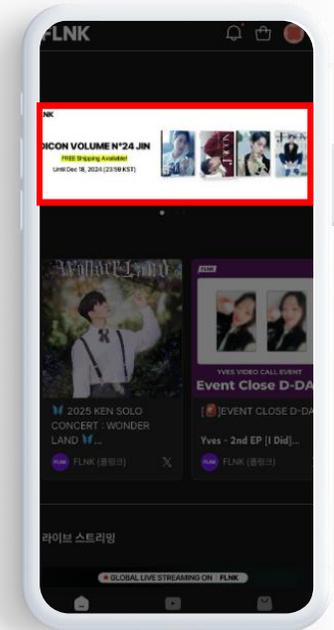
홈-팝업형/ 배너형

유저 접속 시 가장 먼저 노출되는 배너, 최소 1회 이상 노출로 단기간 폭발적인 효과
광고주 웹페이지/앱으로 아웃링크 가능



스테이지-띠 배너

각 비스테이지 내 노출되는 띠 배너
웹 트래픽까지 받는 높은 노출량이 특징



신규 상품

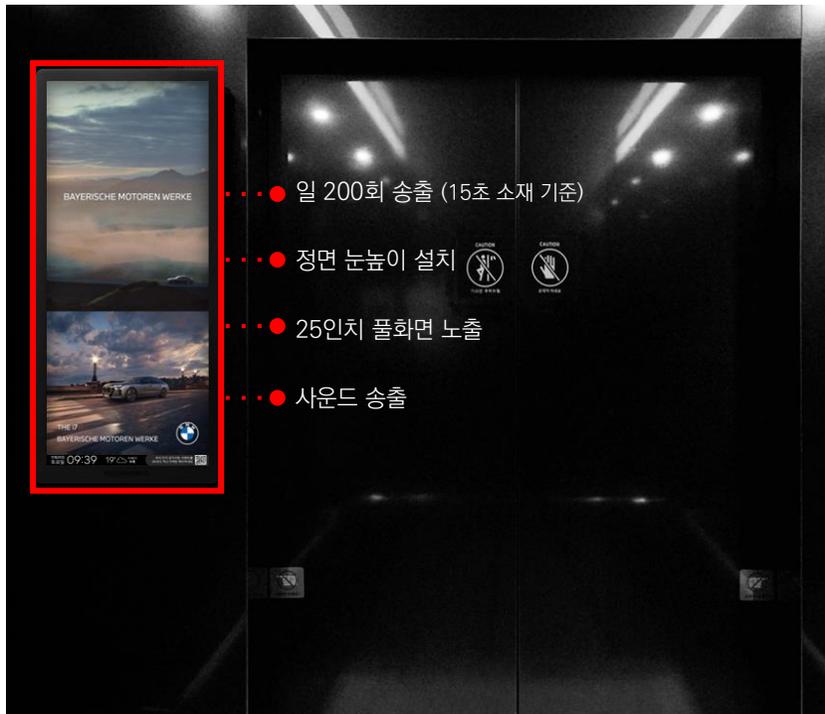
포커스미디어

매체 보유 6만 대의 아파트 엘리베이터 TV 중 상위 1% 고소득 거주민 타겟 1천 대 패키지 상품 출시
 고소득층을 직접 타겟팅 하는 국내 유일 DOOH로 명품, 수입차, 하이엔드 가전&가구 등 캠페인 집행에 효과적

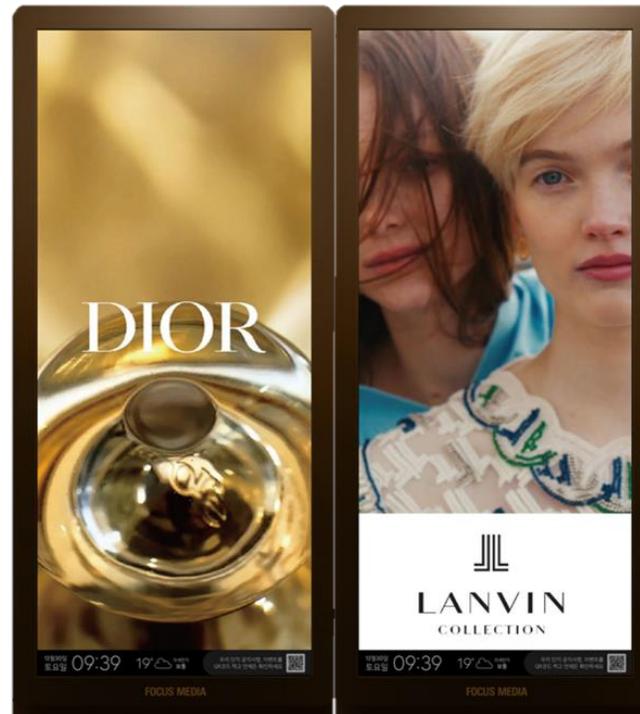
광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
DOOH	동영상	송출 560만 회/4주	1,000대, 일 시청자 12.8만+

아파트 엘리베이터 TV 프리미엄 패키지

실제 송출 이미지



송출 예시



대표 설치 아파트

- 청담 래미안로이뷰
- 도곡 렉슬
- 청담 자이
- 아크로리버뷰 신반포
- 서초 반포자이
- 신반포자이
- 래미안 신반포리오센트
- 서초 롯데캐슬프레지던트
- 잠실 레이크팰리스
- 잠실 트리지움
- 잠실 파크리오
- 잠실 롯데캐슬골드
- 헬리오시티
- 마포 롯데캐슬프레지던트
- 마포 프레스티지자이
- LG한강자이
- 청암 천년명가자이
- 용산 리첸시아
- 서울숲 푸르지오
- 서울숲 리버뷰자이
- ...

함께 보면 좋은,
메조미디어 추천 콘텐츠



2024 업종 분석 리포트



2024 타겟 분석 리포트



2025 트렌드 리포트



디지털 라이프 스타일_여가 취미 편



디지털 라이프 스타일_소비·쇼핑 편

INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

[연락 문의](#) >

[뉴스레터 구독신청](#) >

[INSIGHT M 자료실](#) >